



23-24 maggio 2018 - MiCo – Milano Congressi, Milano

Comunicato stampa

GRANDE SUCCESSO DELLA TERZA EDIZIONE DI MAPIC ITALY E DELL'EDIZIONE INAUGURALE DI MAPIC F&B

Milano, 24 maggio 2018 – MAPIC Food & Beverage e MAPIC Italy sono risultati una combinazione vincente, accogliendo un totale di oltre 2000 partecipanti, in provenienza da 49 Paesi, ai due eventi tenutisi a Milano, al MiCo – Milano Congressi, il 23-24 maggio. Le cifre ne confermano il successo, con un'area espositiva ampliata rispetto l'anno precedente, 82 stand totali presenti e oltre 800 retailer nazionali e internazionali, in rappresentanza di 180 brand.

"MAPIC Italy ha confermato la sua leadership nel retail real estate in Italia. La tempistica è stata perfetta per un evento MAPIC dedicato al settore food and beverage. Un quinto delle visite totali presso le catene di ristorazione avviene all'interno dei siti commerciali e i livelli sono in aumento. Questi sono i dati a cui dobbiamo prestare attenzione. In questa edizione inaugurale di MAPIC F&B, sono stata lieta di vedere una combinazione particolarmente vivace di retailer F&B che si sono mescolati con sviluppatori, operatori specializzati e master franchisor presentando i nuovi concept che stanno delineando le future tendenze culinarie in tutto il mondo", dice **Nathalie Depetro**, Direttore di MAPIC.

MAPIC Food & Beverage 2018

A differenza di MAPIC Cannes, i retailer F&B hanno partecipato all'evento in qualità di espositori mentre gli operatori del settore immobiliare vi hanno preso parte in qualità di visitatori. Pur essendo al suo primo anno, MAPIC Food & Beverage ha venduto tutto lo spazio espositivo, permettendo a quasi 40 società espositrici italiane e internazionali di promuovere i propri concept F&B, tra cui: Delifrance, Foodation, Rinaldini Pastry, Caffè Napoli, Dante's, Nordsee, Wok to Walk. Tra i brand che hanno partecipato come visitatori citiamo tra gli altri: Jamie Oliver Group, Cafe Rouge, Five Guys, Starbucks and KFC.

Sempre alla ricerca di concept innovativi, erano presenti a MAPIC Food & Beverage numerosi master franchisor e operatori specializzati, quali: Amrest, Azadea, Blackwood, Harper Dennis Hobbs, Civitano, Multifranquicias, Valiram Group, East West Hospitality Group e CAA Global Brands, oltre ad alcuni degli sviluppatori e investitori leader in tutto il mondo, compresi: Union Investment, Westfield, INTU, United Developers/Place Vendôme, Iran Mall, Allied Investments and Housing Private Limited, CP Group, Capitaland, Capital Holdings e Inmuebles Panamericana S.A.

Jakub Bilik, Regional Development Director e International RE Excellence presso Amrest ha spiegato "Oggi, anche noi *master franchisor* sediamo al tavolo principale, dove vengono prese le decisioni, cosa che era impensabile, anche solo pochi anni fa. La proprietà e gli

sviluppatori ci invitano a partecipare fin dall'inizio di un progetto in quanto oltre ad avere maturato una grande esperienza nel settore siamo sempre a diretto contatto con il cliente, che rappresenta una leva preziosa".

Hanno presenziato al MAPIC Food & Beverage anche diversi operatori del settore travel, tra cui: gli aeroporti Stanstead di Londra, Manchester, Ginevra, Roma, Milano, SNCF Retail & Connections e Grandi Stazioni.

In particolare, segnaliamo l'intervento di Richard Cross, Head of Retail per London Stansted Airport, che ha spiegato: "Viaggiare è emozionante e possiamo rendere l'esperienza ancora più accattivante con una ricca offerta Food & Beverage. Gli aeroporti possono sembrare una destinazione non privilegiata per i retailer; è per questo motivo che stiamo valutando diverse opzioni per introdurre nuovi player nello spazio dell'aeroporto. Ad esempio, a Stansted stiamo lanciando un concept di mercato "street food", che permetterà a 10-15 retailer di presentare i loro brand alla community dei viaggiatori".

Durante la tavola rotonda principale: *"Il Food & Beverage come fattore di successo nelle destinazioni dello shopping: come utilizzare il food & beverage per aumentare traffico e volumi di vendita?"* è emerso che i concept food & beverage stanno acquistando un ruolo sempre più importante all'interno delle location dedicate allo shopping. Sam Sethi di In Site Food ha ribadito "È essenziale creare una vera e propria comunità intorno al cibo. Nel caso dei centri commerciali, l'offerta di food & beverage dovrebbe essere un'esperienza molto curata, che unisca intrattenimento e atmosfera in un unico mix, in grado di creare un forte e memorabile legame emotivo con i clienti".

Tornando invece a **MAPIC Italy** l'evento ha ospitato, come ormai consuetudine, i principali player del settore tra i quali: CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Aedes, Ece, Eurocommercial, IGD, Svicom, Sonae Sierra, Klépierre, Falcon Malls e Westfield. Oltre alle società italiane che hanno partecipato a MAPIC Italy, l'evento ha accolto sviluppatori e brand internazionali, che si sono dimostrati fortemente interessati al mercato italiano. Particolarmente rilevante il contributo di Francesco Zhou, Responsabile Sviluppo del colosso tecnologico Xiaomi che ha scelto la platea di MAPIC Italy per annunciare in anteprima un'importante novità per il mercato italiano: "L'Italia è un Paese a cui stiamo guardando da tempo, con un mercato che offre grandi potenzialità. Nell'ottica di perseguire una strategia di espansione *omnichannel* anche in Europa, intendiamo consolidare la nostra presenza con un programma di opening di negozi "fisici" e, dopo Spagna e Francia, il 26 maggio apriremo il nostro primo store italiano nell'area milanese."

Durante la sessione ufficiale del CNCC: *Dove va il retail real estate; dove va lo sviluppo dei centri commerciali* - la sensazione è stata di generale ottimismo. A fotografare il settore, i dati forniti dalle 3 più importanti società di consulenza internazionali (JLL, Cushman & Wakefield e CBRE), che hanno evidenziato come in Europa i centri commerciali abbiano catalizzato nel primo trimestre 2018 il 50% degli investimenti retail. In Italia, secondo le cifre elaborate da JLL, dall'inizio dell'anno sono stati investiti nel settore circa 780 milioni di euro - oltre il doppio rispetto allo stesso periodo del 2017, con una pipeline che prevede ben 43 progetti di sviluppo, di cui 16 entro la fine del 2021.

Inserendosi nel dibattito che recentemente vede protagonisti i *dead malls* degli Stati Uniti, Joachim Sandberg, Head of Italy & Southern Europe Region di Cushman & Wakefield ha puntualizzato che non vi è una diretta correlazione tra la situazione critica che sta vivendo il mercato americano e l'Italia, e ribadito che le vendite online non rappresentano necessariamente un impatto negativo sui centri commerciali. L'e-commerce è

complementare all'offline, anzi può essere in grado di prolungare la vita dei prodotti più maturi, dando un nuovo impulso alle vendite.

Solo i player in grado di adattarsi alle nuove condizioni imposte dal mercato potranno affrontare con successo le sfide future; un futuro, evidenzia Alessandro Mazzanti, CEO di CBRE, sempre più ipertecnologico, in cui potremo a breve provare combinazioni infinite di abiti in camerini virtuali, e la merce arriverà direttamente a casa il giorno stesso dell'acquisto. La tendenza dei mall nei prossimi anni sarà quella di ridurre lo spazio dedicato agli ipermercati.

Ha concluso **Massimo Moretti**, Presidente del Consiglio Nazionale Centri Commerciali italiano (CNCC): "Oggi il settore dei centri commerciali è un prodotto che richiede risposte diverse rispetto al passato. I numeri parlano di un mercato solido che non teme la minaccia dell'online, sempre più orientato verso la multicanalità e con centri commerciali che divengono luoghi privilegiati di intrattenimento, socialità, *sentiment* di appartenenza."

MAPIC F&B 2019 (e Mapic Italy) si svolgeranno durante la **Milano Food City 2019** l'8-9 maggio. Milano Food City è la settimana internazionale dedicata al food nella quale si tengono una moltitudine di fiere, eventi di street food, show cooking e degustazioni con alcuni dei più rinomati chef internazionali, che avranno luogo in alcuni dei luoghi più iconici della città. Lo scopo è quello di riunire e fare condividere al pubblico un'esperienza incredibile all'insegna del cibo.

Per una descrizione dettagliata dei concept F&B presentati a MAPIC Food & Beverage, basta un clic [qui](#). Per ulteriori informazioni su MAPIC Food & Beverage visitare il sito www.mapic-foodandbeverage.com

Per scaricare la foto gallery clicca il link : <http://www.reedmidemphotos.com/>

Informazioni su MIDEM:

Fondata nel 1963, Reed MIDEM organizza fiere professionali e internazionali che si sono imposte come piattaforme essenziali per gli attori chiave dei settori interessati. Questi settori sono: MIPTV, MIPDOC, MIPCOM, MIPJUNIOR a Cannes, MIP China ad Hangzhou e MIP Cancun in Messico per i settori televisivo e dei contenuti digitali; MIDEM a Cannes per i professionisti del settore musicale; Esports BAR a Cannes e a Miami per il settore degli eSports; MIPIM a Cannes, MIPIM UK a Londra, MIPIM Asia Summit a Hong Kong e MIPIM PropTech Summit a New York e MIPIM PropTech Europe a Parigi per il settore immobiliare; MAPIC a Cannes, MAPIC Russia a Mosca, MAPIC Italy a Milano, MAPIC China Summit a Shanghai e IRF, portato da MAPIC a Mumbai, per il settore immobiliare. www.reedmidem.com

Informazioni su Reed Exhibitions:

Reed Exhibitions è il leader mondiale nell'organizzazione di eventi, con oltre 500 manifestazioni in 30 paesi. Nel 2017 Reed ha riunito oltre sette milioni di partecipanti in tutto il mondo, generando un giro d'affari di miliardi di dollari. Oggi gli eventi di Reed Exhibitions si svolgono in America, Europa, Medio Oriente, Asia Pacifica e Africa, e sono organizzati da 38 uffici con personale addetto. Reed Exhibitions opera in 43 settori, con eventi rivolti alle aziende e ai consumatori. Fa parte del Gruppo RELX, un fornitore globale di informazioni e di servizi di analisi per professionisti e per clienti aziendali in vari settori. www.reedexpo.com

Per ulteriori informazioni contattare:

Paola Nicolai, NIC PR per Canali & C. Srl

Tel.: +39 02 3653 5859; m. + 39 335 80 56 962

paola.nicolai@nicpr.it

